



从2004年至2015年,中央1号文件连续十二次聚焦“三农”。2015年中央围绕建设现代农业、促进农民增收等5个方面提供指导意见。文件还鼓励各地从实际出发开展美丽乡村创建示范。昨日,在现代快报牵头举办的“美丽乡村,生态农业”研讨会上,“时代楷模”赵亚夫介绍了有机农业的探索发展经验,而数十位参与研讨的农庄经营者,描述了生态农业欣欣向荣的发展之路。

“可持续的农业发展应该是既让消费者吃上有机放心的食品,又能让农民获得经济效益。”在研讨会上,现代快报社总编辑赵磊表示,现代人最怕吃不安全,让田地种出最安全、最绿色、最有机的农产品,满足城市人的需求,同时也提升农民收入,将有机安全食品融入现代快报电商平台和年货大集项目,“为全面建设小康社会提供动力。”

主打进口商品的精品超市正成为超市业蓄势突围的下一个重点。目前,南京精品超市的总数已超30家,开设的地点基本上都位于商圈的核心地区,其中新街口地区有4家,主营进口商品、生鲜和快餐熟食,下半年包括华润、华联综超在内都有再开精品超市的计划。7月25日,江苏首家blt精品超市在南京环宇城正式开业。时尚年轻精品超市品牌blt是“Better life together”的缩写,它秉承华润万家“与您携手,改变生活”的企业理念,希望能将时尚、品质、便利的购物体验传递给消费者。

现代快报“美丽乡村,生态农业”研讨会 让业界聚焦生态农业与食品安全 乐享农耕市集 共话绿色健康



现代快报牵头举办的“美丽乡村,生态农业”研讨会



现代快报社总编辑 赵磊



句容市天王镇戴庄有机农业合作社赵亚夫

赵亚夫:实践有机农业 留住乡愁

74岁的赵亚夫眼下大部分时间依然忙碌在句容的田间地头,54年来他把所有精力都贡献给了江苏农业发展。1986年从日本归来的赵亚夫带回20棵草莓苗和13箱农业技术书,如今草莓已走上家家户户的餐桌;1989年,赵亚夫带着巨峰葡萄来到春城,使之拥有4万多亩葡萄,万户农民受益;2001年,赵亚夫带着有机农业发展规划来到了戴庄——曾是句容最穷村,如今农民人均净收入达19500元,比句容全市平均水平高出16%。

在2015年3月7日,李克强总理参加江苏代表团审议政府工作报告,“时代楷模”赵亚夫的发言引起了总理浓厚的兴趣。李克强总理出了一个题目:“如何种出比金子还贵的农产品。”事实上,对有机农业实践15年之后,赵亚夫认为,通过实践生态高效农业,通过农业合作社运作,农户年收入达到20万元以上在句容已不稀奇,“总理的课

题已经有了答案。”

在赵亚夫看来,有机农业就是生物多样性农业,这是他一直以来构想出的美丽愿景:实现人与自然的和谐发展,将农业发展从以往的产量为中心,转变为产量、品质、食品安全、环境、农民效益都协调发展的现代科技农业。

赵亚夫带领农民实践的有机农业是生态农业的最高形式,杜绝化学农药、化肥的使用,通过合理可用自然资源——包括生物多样性资源,尽量不用外部投入,实现自身循环。在种植“越光”水稻时,赵亚夫使用绿肥和米糠作为有机肥,达到除草目的。推广立体农业,在桃林套种牧草,林间散养鸡、鹅、羊;在有机水稻收获前,混播红花草和黑麦草种子,收获后放牧食草畜禽,既让农民获取多元收益,又解决了土壤肥力。

这让戴庄的生态环境得到了

极大改善。示范核心区的4000亩土地,8年来未施农药化肥,从2011年至今5年监测数据显示,田间的病虫害密度始终低于防治密度。南师大生物系对戴庄实际检测结果,其动物物种约为127个。“土地肥了虫子多引来鸟,蛇也来了,现在村庄上空常能见到老鹰在盘旋。”赵亚夫说拖拉机在前面翻地,会有百只鸟儿跟着吃虫子,这构建了人与自然和谐相处的生态环境。2010年,戴庄村有机农业示范园被国家环保部评为国家有机食品基地。农户收入从传统的每亩数百元已经增长至每亩2500元,岗坡地每亩收入在5000元-8000元。年收入超过数十万的农户为数不少。

“有机农业的发展需要将消费者与生产者进行对接,现代快报为此搭建了沟通的平台,能够给农村和农户带来更广阔的发展。”赵亚夫说。

业内声音

丰庆种业:“民以食为天,食以安为先,在食品安全问题备受关注的当下,农产品质量问题受到重视。”对于本报即将搭建的市集平台,江苏丰庆种业科技有限公司副总经理胡信强给予充分肯定。发展有机农业要具有广谱性,充分考虑到产品基本安全、满足社会民众需求、率先示范农民等方面,关注品种、高产、栽培等行为,生产出安全、高品质的农产品,让消费者吃得健康、放心。

南京秦邦农业开发有限公司:“有机有你,同耕同享”。这是秦邦农业在本次研讨会上传递出的有机理念。秦邦有机农场是南京首个生物动力农场并获得欧

盟认证。秦邦有机农场为鸡的生长创造了优厚的“福利”,除了喝的水、吃的饲料杜绝抗生素、激素等外,农场还专门从韩国引进了“发酵床”,利用有益菌分解鸡粪,既解决了鸡舍的卫生问题,又能减少病菌的滋生。此外,秦邦农场也把有机知识带进了小学课堂,让老师、家长、小朋友感受有机的乐趣。

无锡星诺生态农庄:90后、南大硕士毕业,源于大学时代参加“挑战杯”的经历,当同龄人坐在舒适的办公室的时候,顾若君却选择了有机农业推广这项艰辛的工作。“星诺生态农庄占地面积600亩,有果树养殖、鱼塘、蔬菜瓜

木等区块,都是用生态的方式去做农业。”顾若君介绍,比如在农场内部通过小循环的方式,种植果树的同时,还建立小型的养猪场,充分利用周围的环境,形成了一个微生物链体系。未来,我们也将不断地学习,做好有机农业,将星诺做出特色,做出品牌。

有机农业志愿者:作为有机农业志愿者,王敏希望有机产品的认证机制加以规范,让有机产品的传播、推广更加规范化。源于有机产品的认知度不高,王敏认为也需要一个权威公众的平台,搭建起生产者与消费者之间沟通的桥梁,让更多的人知道有机,认识有机。

首家blt落户南京 南京精品超市已超30家

“爱尔兰黄金蟹、澳洲安格斯牛肉、法国花皮软质奶酪……我们的优势就是聚集了世界各地的‘尖儿货’,blt经营面积约2000-4000平方米,经营10000余种商品,60%以上为进口商品。由于和上游供应商亲密‘结盟’,平均价格将比目前商场里的进口商品低5%。”blt超市相关负责人介绍说,blt搜罗了来自世界各地的顶级商品,其中高端的生活用品、精致佳肴、美味面包和甜点、高级巧克力、西式美食、优质咖啡和新鲜食材等都是其亮点。

在blt清新活力的环境中,消费者可轻松选购天然无公害的蔬菜水果、来自当地农场的绿叶蔬菜、天然野生海鲜、上等肉类、厨师现场烹饪的西方美食、上选酒品等。超市为顾客提供优雅的购物环境、丰富多彩的商品试用和一应俱全的商品教育。

据了解,blt精品超市诞生于2009年,为满足现代家庭及时尚白领的日常购物需求,主打绿色、简约的设计,倡导充满活力的体验,一经入市便获得消费者的青睐。为了满足消费者各类差异化

需求,blt汇集了世界各国的优质、新鲜的商品,并与20余个国家/地区百余种知名品牌无缝隙合作,真正做到精品超市的精髓。此外,配合全年的各个节假日,blt提供丰富便捷的商品选择和精美礼包组合。春节、中秋、圣诞以及大小节日,blt精品超市推出应季应景的特色商品满足节假日礼品采购需求。不管是传统佳节,还是西方节日,blt超市顺势而为。

众所周知,谈起华润万家旗下的精品超市品牌,更为市场熟知的或是更早成立的Ole’,而崛起于细分消费者市场的blt近年来也展现了足以傲人的成长势头。截至目前,blt在全国共开设15家门店,包括深圳、中山、上海、杭州、北京、天津、成都、西安等8大城市,积累服务VIP会员顾客5万余人,仅2014年营业额超过6亿元。如今,blt精品超市落户南京环宇城,将顺势打开整个江苏市场,不仅为blt在江苏迅速积累名气占领精品超市份额,还进一步夯实了blt在华南以及全国的门店战略布局,使之前景可期。

现代快报记者 闫戈

iTV苏派文化上线仪式盛大开幕

盛夏七月,中国电信iTV联合江苏国际频道文化节目带、亚美文化影视传播有限公司、西迪文化传媒有限公司联合打造的iTV文化专区“苏派文化”电视传播平台上线仪式于本月22日上午南京电信鼓楼营业厅盛大开幕!

江苏省委宣传部副部长司锦泉、中国工业报社副社长李涛、江苏省省委宣传部对外交流处处长张冠军、中国电信智慧家庭运营中心副总经理袁黎轶出席了本次启动仪式,江苏众多文化艺术名家也出席了本次活动。

iTV文化专区承袭iTV优质的平台资源、强大的渠道优势、贴心的服务功能让江苏文化更全面更

纯粹地得以展现。苏派文化专区以电视音画、图文传播为媒介,给您提供最有品位的文化艺术活动资讯、最实用的艺术投资指南,度身订制私人专属艺术沙龙。

在“互联网+”时代,iTV文化专区立足苏派文化,扎根电视传媒,借力电信,实现三网融合,电视、电脑、手机全线索覆盖,便捷的互动操作,给用户最实在的参与感和体验感,全力打造最权威的文化宣传平台、最特色的文化互动平台、最便民的信息交流平台,在国内首创文化产业线上、线下一条龙整合服务平台。与此同时,平台承办的中国工业品牌新丝路之旅江苏系列活动也正式启动。

Smart Mall智慧生活馆开业 宏图三胞开启智能生态新格局

7月25日上午10点,宏图三胞Smart Mall智慧生活馆在南京江宁万达广场三楼正式开业,标志着宏图三胞在互联网+商业领域成功迈出了重要一步。

Smart Mall江宁万达店是宏图三胞全新打造的一个将创意和智慧集于一体的生活方式零售平台,以时尚、奇特和科技为三大主题为一体的全智能消费场所,汇聚了各种IT、通讯、智能及新、奇、特产品,配置了智能机器人、互感时光通道,高端智能穿戴、拉手网O2O专区、100英寸激光电视、sony ps、顶级影音配件、新型红快服务、快捷移动支付等让人眼前一亮的体验。

生活馆刚开业,就吸引了很多消费者到店互动。据工作人员介绍:Smart Mall作为一种全新的生活零售平台,是宏图三胞向着产品智能化、服务专业化、体验科技化、渠道全面化的发展方向战略转型的第一步,也是公司品牌顺应智慧生活趋势,朝着年轻、科技、时尚领域突破的关键一步。让人眼前一亮的店面形象,不断扩展的供应链,全新的销售模式,更符合互联网思维的支付方式的改变,宏图三胞战略转型与品牌形象升级已初见成效。宏图三胞希望,在接下来的几年内,经过Smart Mall智慧生活馆的不断完善和提升,能够在全国各大城市实现落地与推广。